

AMLO: simbología religiosa y efectos cognoscitivos de un discurso electoral

AMLO: religious symbology and cognitive effects of an electoral discourse

Rafael Arriaga Martínez*

Resumen

En el presente artículo, el autor estudia el proceso electoral de 2018 que concluyó con la victoria de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). A partir de los postulados de la teoría de la racionalidad de Max Weber y Raymond Boudon y una lectura socio-cognoscitiva del mismo acontecimiento, analiza el discurso de campaña del entonces candidato, asumiendo como un hecho que la racionalidad de su estrategia electoral se encuentra objetivada en la alianza electoral con el Partido Encuentro Social, y en comportamientos que provocan efectos cognoscitivos de carácter religioso entre los votantes.

Palabras claves: Andrés Manuel López Obrador, Max Weber, Raymond Boudon, México, racionalidad.

Abstract

In this article the author studies the 2018 electoral process that concluded with the victory of Andrés Manuel López Obrador (AMLO). From the postulates of the theory of rationality of Max Weber and Raymond Boudon and a socio-cognitive reading of the same event; analyses the then-candidate's campaign discourse, assuming as a fact that the rationality of his electoral strategy is objective in the electoral alliance with the Social Meeting Party, and in behaviors that cause cognitive effects of religious character among voters

Keywords: Andrés Manuel López Obrador, Max Weber, Raymond Boudon, Mexico, rationality.

Introducción y aclaraciones del orden de la teoría y el método

En este artículo ofrecemos una lectura socio-cognoscitiva¹ del proceso electoral bajo el cual Andrés Manuel López Obrador (AMLO) ganó la Presidencia en los comicios del primero de julio con apoyo en los postulados de la teoría de la racionalidad de Max Weber y Raymond Boudon.

Recibido: 11 de marzo, 2019. *Aceptado:* 14 de enero, 2020.

* Doctor en Ciencias Sociales y Teoría del Conocimiento por la Universidad de Sorbonne-París IV. Profesor investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). rariaga@uabc.edu.mx

¹ La proposición deriva de la concepción de la causalidad racional que vehicula la teoría de la racionalidad que formulan tanto Max Weber como Raymond Boudon. Teoría y proposición serán gradualmente aclarados a lo largo del texto.

Como todos sabemos, los resultados favorecieron al candidato de la *Coalición Juntos Haremos Historia* (53.17%) con más de 30 puntos de ventaja con respecto a su más cercano contrincante, Ricardo Anaya, el candidato por la *Coalición Por México al Frente* (22.26%) El triunfo fue, sin duda, arrollador, de un carácter inédito, nunca visto desde que en México se organizan elecciones competidas.

Como todo buen enigma sociológico, no deja de sorprender la celeridad con la que se propagó la popularidad de Obrador entre los treinta millones de electores que optaron por él en las urnas, pese a una estrategia electoral que en cualquier país con democracia madura lo hubiese llevado a resultados desastrosos. Para ello basta recordar la composición ecléctica de los partidos de la alianza *Juntos Haremos Historia* (partidos con ideologías, programas y hasta éticas totalmente opuestas; la postulación de candidatos con procesos penales en su contra; posiciones erráticas con respecto a problemas específicos (v.g. Nuevo Aeropuerto Internacional de México [NAIM], reforma energética).

Como en todo análisis de aplicación teórica, aquí se trata de estudiar la materia empírica con apego al método que sugiere la teoría de la racionalidad (Boudon, 2011) en cada uno de sus postulados: 1. el del individualismo, 2. el de la comprensión y 3. el de la racionalidad. El primero prescribe considerar al individuo como punto de partida de todo análisis sociológico, porque todos los fenómenos sociales se estructuran a partir de acciones individuales. El segundo nos indica que esas acciones tienen un sentido. Y finalmente que ese sentido se puede comprender elucidando los motivos y la razones que los actores le dan a sus comportamientos.

“Llamamos motivo, dice Weber (1995, I: 38), al conjunto significativo que parece constituir a los ojos del agente o del observador la razón significativa de un comportamiento”.² Weber asegura, en otras palabras, que los comportamientos tienen sentido; que ese sentido se puede comprender al elucidar las razones que el actor y los actores se ofrecen a sí mismos al actuar de x o y manera, y que ese pensamiento se puede reconstruir poniendo al descubierto los mecanismos sociales y cognoscitivos responsables de los comportamientos puestos bajo la lupa de la interrogación.

La lectura que ofrecemos es de carácter socio-cognoscitivo, porque presupone que en la producción del “fenómeno Obrador” no sólo intervienen mecanismos de carácter social, como lo asumen los análisis inspirados en las concepciones materialistas de la causalidad. Tomamos también en cuenta

² Todas las traducciones al español de algunas citas textuales imputadas a los autores antes mencionados son nuestras. Por la brevedad y la elocuencia de éstas, se puede confiar en ellas.

la actividad cognoscitiva que los individuos desarrollan en el entorno social en el que actúan. En el lenguaje de Weber, la racionalidad sería la dimensión afectiva (Weber, 1995: 55 y 56), la cual no se podría comprender sin tomar en cuenta sus dos planos: el de la realidad y el de la sensibilidad de los individuos (Boudon, 2011). Por dimensión afectiva entiéndase los hechos de conciencia responsables de que los individuos típicos idealizados actúan de X manera o crean en Y cosa. Estos hechos de conciencia pueden ser, como ya se dijo, motivos, razones o ideas generadas en el marco de las relaciones que los individuos orientan los unos hacia los otros. Se trata de una actividad psíquica cuya comprensión exige la contextualización de los comportamientos. Se trata, en otras palabras, de reconstruir la lógica de los actores, de aislar los mecanismos socio-cognoscitivos responsables de los comportamientos o creencias bajo estudio. La noción de actor típico ideal será ampliamente abordada en las siguientes páginas.

Tenemos que la dinámica de crecimiento electoral que llevó a Manuel López Obrador al triunfo es un fenómeno estructurado por comportamientos individuales (p. 1) que tienen sentido tanto para los actores como para los observadores (p. 2) y se pueden comprender y explicar con base a motivos y razones (p. 3); la dimensión afectiva de la que hablamos antes. Tratamos de comprender y explicar no sólo los comportamientos, también el fenómeno macro sociológico que éstos estructuran. Todo ello a través de un procedimiento desprendido de las nociones de comprensión actual y comprensión explicativa (Weber, 1995). La noción de comprensión actual nos permite establecer una hipótesis espontánea acerca del sentido de esos comportamientos. La noción de comprensión explicativa, en cambio, permite construir una explicación a través de una operación que algunos sociólogos como Simmel califican de “experimentación mental”. Son finalmente los resultados de esta experimentación mental que validan o invalidan la explicación confrontándola con la hipótesis espontánea. En el mejor de los casos, la validación de la experiencia no pierde su carácter hipotético. Y no puede ser de otra manera debido a la brutalidad con la que expurga la realidad en el proceso de la demostración. Esto es lo que hace decir a Oswald Spengler que la causalidad destruye (Spengler, 1976: 121).

La realidad es muy compleja y rebelde para que se deje estructurar de manera mono causal. No obstante, y ello en virtud de lo que Weber llama referencia a valores (1995, I: 4), podemos postular una causa entre otras tantas, aislar sólo una y tratar de probar su impacto en la producción del voto a favor a Obrador. Es en virtud de una selección discriminatoria de hechos que procede la exploración de la lógica implicada en el proceso electoral, la búsqueda de elementos de conocimiento que respondan a preguntas

específicas como ¿a qué estímulos discursivos responde el electorado que voto por López Obrador?, ¿hubo uno de ellos que haya podido, por su fuerza, imprimirle el efecto fenomenal que nos reveló el conteo de los votos, el primero de julio? Si es sí, en qué medida y en virtud de qué mecanismos sociales y cognoscitivos. Las preguntas pretenden responder a un fenómeno opaco y enigmático en más de un sentido.

Es esa cara opaca del fenómeno Obrador que nos interesa estudiar y tanto más que la interrogación presupone 1. la existencia de motivos por los que los electores reaccionan ante los estímulos emitidos desde el estrado, y 2. que esos motivos pueden estar determinados racionalmente por el cálculo o el beneficio inmediato (v.g. pensión, becas, amnistía), por valores (v.g. derechos de grupos minoritarios, regeneración moral, defensa de la dignidad nacional frente a los ataques del presidente de Estados Unidos, Donad Trump), o pueden ser de carácter afectivo (v.g. la fe, la confianza en el candidato).

En la práctica exploramos la lógica, la racionalidad de los actores productores del fenómeno Obrador con apoyo en la tipología de la acción social de Max Weber (Weber, 1995, I: 55-57). Para una mayor claridad de la exposición, recordemos cuáles son estos tipos de acción social: 1. el que obedece a la tradición, 2. el que resulta de la afectividad, o *Affektuel*, 3. el que se desarrolla con apego valores o racionalidad axiológica, y finalmente 4. el que es orientado racionalmente de acuerdo con un fin. Weber describe esta misma racionalidad como instrumental y utilitaria.

Lejos de relegar los comportamientos dictados por la emoción al campo de la irracionalidad, consideramos en conformidad con la concepción de Boudonn (2011), que éstos se pueden comprender y explicar con base a motivos y razones. Digamos que hay lógica, racionalidad, en este tipo de comportamientos. De una manera general, la función de los tipos de acción social es puramente heurística, en el sentido de que, aunque no se den de manera pura en la realidad, son útiles para los fines de la investigación (Cf. Weber, 1995: 57). Como se podrá advertir, el problema es multi-causal, si consideramos que detrás de cada tipo de acción existe un motivo, razón o causa.

Volvamos a la concepción realista de la causalidad de Oswald Spiengler y lo ineluctable de pasar por encima de la realidad, brutalmente, para retener una sola causa. Pues bien, en este estudio postularemos una sola causa, la que en el sentido actual de la comprensión (o comprensión actual, como quedo dicho antes) podría explicar la opción por Obrador frente a los candidatos rivales, aun cuando éstos pudieran ofrecer lo mismo o más que aquél: la de la fe, la devoción y la confianza ciega, casi religiosa, en el líder de MORENA. Porque si hay algo que observar de la campaña presidencial, es justamente el carácter desenfrenado de la subasta de promesas en la que la participan

todos los candidatos. Digamos 1. que Obrador es el candidato que le inspira más confianza al electorado, 2. que esa confianza se vuelve paroxística en el sentido que comunica con la devoción y la fe, 3. y que es a través de esas expresiones del *Affektuel* que los electores valoran las promesas del candidato de la *Coalición Juntos Haremos Historia*.

Postulamos un motivo afectivo, un comportamiento apegado a lo que Weber define como *Affektuel* (Weber, 1995, I: 55,56). Tomémoslo como una causa, pero también como el resultado de un cúmulo de efectos cognoscitivos provocados por el líder de MORENA con sus discursos salpicados de simbología religiosa. Por simbología religiosa entiéndase el cuerpo de creencias religiosas que López Obrador procesa cognoscitivamente y comunica de manera simbólica a su electorado. Obrador contextualiza en otras palabras el significado (las ideas) del significante (los símbolos). Para poner un ejemplo, ¿quién de entre su electorado o de entre los mexicanos escolarizados no conoce la épica de la historia nacional asociada a la virgen de Guadalupe? Al final del texto regresaremos sobre este punto.

Son estos estímulos de carácter religioso que crean la base de un electorado fiel entre la población de condición socioeconómica precaria y poco instruida. Y es a partir de esta base que crece la creencia en el poder de Obrador para solucionar todos los problemas que promete solucionar durante su campaña.

Los mecanismo sociales y cognoscitivos responsables del crecimiento del voto hasta el techo de cristal (32%-35%) que lo detuvo en 2006 y 2012, son por supuesto distintos del que lo rompe y lo dispara en el 2018 hasta alcanzar la proporción récord del 53%. Nuestro análisis atiende de manera sustantiva la primera proposición, dando por supuesto que en 2018 cambia la composición sociológica del electorado que vota a favor de López Obrador, deja de ser sólo la base de 2006 y 2012, compuesta en su mayoría por electores de bajo nivel en ingresos e instrucción escolar. En 2018, el candidato de la “Esperanza de México” seduce a sectores de la población con niveles de ingreso e instrucción medios y superiores no esperados (Encuesta Mitofsky, 2018b; BBC News Mundo, 2018, primero de julio). Fue una sorpresa tanto para los analistas, como para el mismo candidato de MORENA, como él mismo lo expresó en el Zócalo de la Ciudad de México, la noche de las elecciones. Entre ellos encontramos profesionales liberales, empresarios de la pequeña industria y otros. Son tantas categorías sociales como actores que quedan fuera de nuestras posibilidades e intensidad de reconstruir la lógica de estos individuos para comprender el sentido del voto emitido a favor de López Obrador. Podemos simplemente puntualizar que los mecanismos sociales y cognoscitivos que explican el comportamiento de estos votantes son distintos

a los que explican el voto de los pobres. Esta aserción es importante, porque nos pone en guardia contra la tentación de imputar una misma lógica a todo el cuerpo electoral. Por el contrario, podemos analizar el comportamiento de los individuos en función de la posición de racionalidad que puede ser la misma cuando éstos comparten los mismos parámetros contextuales. Partimos de la premisa según la cual son los contextos que cambian, y que es este cambio que afecta la psique, la racionalidad de los individuos de una manera específica.

Considerando de inicio posiciones de racionalidad distintas, no podemos concebir a los individuos y sus racionalidades de otra manera que como actores típicos ideales, como lo establece Boudon (Boudon, 2003: 66) y se infiere de la teoría de los tipos ideales de Weber (Weber, 1995, I: 49-51). Por actor típico ideal entiéndase un individuo en sentido real, como lo puede ser bien el candidato de MORENA, o constituido de manera abstracta como para desagregar al electorado favorable a Obrador de acuerdo con parámetros contextuales³ comunes. En este sentido concebimos a Manuel López Obrador como un actor típico ideal cuya voluntad se confunde con la del movimiento político que él mismo creó. Y le podemos igualmente imputar una misma racionalidad al electorado con bajos niveles en ingreso e instrucción escolar, considerarlo como un actor típico ideal que evalúa las promesas del candidato a partir de una misma posición de racionalidad.

Hay racionalidad en la estrategia electoral de Obrador, y mucho de ella se refleja en los comportamientos orientados en dirección del electorado y en particular aquellos que provocan sin ninguna inocencia efectos de cognoscitividad favorable a la concesión de un poder carismático específico: el carisma de la bondad. Este efecto remueve, sin duda alguna, la religiosidad del electorado; y esto de manera viva entre los estratos que seduce Obrador: los más desfavorecidos en instrucción escolar e ingresos, los más permeables a la creencia en la providencia, al entendimiento de los procesos sociales y naturales como el resultado de la intervención de fuerzas sobrenaturales, lo que en este artículo definimos como causalidad providencial. Se podría decir que es porque comparten la misma precariedad económica y social, que los podemos analizar como un actor típico ideal, que evalúa los procesos

³ En el lenguaje de la metodología individualista se dice que los comportamientos no están determinados, ni condicionados, sino parametrados en cuanto que pueden ser sensibles a los parámetros contextuales, los cuales suelen ser tanto sociales como cognoscitivos (Boudon, 1998: 128; 2011: 39). Lejos de actuar como una fuerza exterior, condicionante, los parámetros a diferencia de las variables activan la *psique* de los individuos, motivan a actuar de una manera singular. Tales diferencias derivan de la concepción de la causalidad a la que pertenecen una y otra: causalidad positiva *versus* racional. Volveremos sobre esta misma noción más adelante.

sociales que los rodean a partir de una misma posición de racionalidad y una misma manera de razonar la causalidad.

Obrador sorprende a sus críticos por el aplomo con el que se postula ante todas las opiniones de la nación como el hombre que habrá de salvar a México de la corrupción y la degeneración social y moral. No son pocos los analistas que reconocen en la voz del tabasqueño, segura, plena de convicción, la actitud de un iluminado. Otros dudan de esa convicción, descartan el afecto como causal de esa actitud, privilegian el oportunismo, la racionalidad utilitaria, el cálculo lucido, cínico, como diría Bourdieu. Nuestra hipótesis pretende aclarar la postura de un hombre que instrumentaliza la creencia popular en la providencia en beneficio de sus intereses políticos (ambición política). Todo ello con conocimiento de causa. Pero eso no excluye que en la ambición por la Presidencia se inmiscuyan motivos de carácter axiológico, de tal suerte que no todas sus promesas e iniciativas de colaboración política con personajes y partidos con ideologías opuestas se expliquen por la pura oportunidad. En este sentido, tratamos de demostrar que también hay convicciones, comportamientos con apego a valores, y no sólo aritmética en el acuerdo de alianza electoral con el Partido Encuentro Social, partido al que la izquierda le cuelga la etiqueta de extrema derecha por sus posiciones antiaborto y matrimonios igualitarios. Aquí el análisis nos permitirá destacar la racionalidad axiológica, pero en posición de subordinación con respecto a la racionalidad instrumental.

Las evidencias de empatía y transubjetivización⁴ entre el candidato y el electorado nos conducen a interrogar la lógica del primero, explorar el discurso religioso con apoyo en la racionalidad instrumental y la racionalidad axiológica, sin olvidar los otros tipos de acción social y en particular el *Affektuel*. Se trata de determinar en otras palabras la naturaleza de los motivos y las razones, si éstas son de carácter oportunista o responden bien a convicciones políticas y creencias religiosas personales. Para ello tenemos que reconstruir esas razones y argumentos de manera típica idealizada conforme a lo que Weber define como tipo ideal y en el entendido de que el tipo ideal aclara el sentido de los comportamientos, explica el enigma planteado; ofrece, en otras palabras, una teoría de los hechos observables a partir de actos de consciencia, lo que se entiende por racionalidades.

Si bien es cierto que para construir un tipo ideal se tienen que contextualizar los comportamientos, la parte fundamental de análisis de tipo IM se

⁴ Por transubjetivización entiéndase el proceso cognoscitivo a través del cual los actores aceptan como creíbles las promesas emitidas por los candidatos: para que esto pueda efectivamente suceder, las promesas tienen que provocar la adhesión de los demás antes de creer en ellas y luego ser percibida como suficientemente creíble como para compartirlas (Cf. Boudon, 2003: 205, 206).

aboca a explicarlos con base a las razones por las que los individuos actúan de *x* forma. Esas razones, como ya lo hemos acotado, se describen a través de un procedimiento metodológico que Simmel y Weber definen como experiencias mentales.

Por último, debemos advertirle al lector que, por cuestiones prácticas, decidimos retirarles el respaldo bibliográfico a las expresiones discursivas del candidato más mediatizadas, en todo caso más conocidas por su contenido, precisamente, religioso. De una manera general, todas las observaciones relacionadas con el comportamiento del candidato provienen en su gran mayoría de hechos publicados por la prensa nacional durante la campaña presidencial y días después de las elecciones, el primero de julio de 2018. En cuanto a la racionalidad que le imputamos al universo electoral, ésta en muchos casos proviene del análisis de datos extraídos de encuestas de opinión publicadas en el mismo periodo. Bajo la perspectiva del método derivado de la teoría de la racionalidad, las opiniones cuantificadas son efectos macro sociológicos de acciones o comportamientos individuales susceptibles de ser comprendidos y explicados nada más porque tienen sentido, de acuerdo al vocablo alemán *sinn*. Esto significa que hay una lógica en el sentido que los individuos le imprimen a sus opiniones y que esa lógica no se puede comprender sin tener en cuenta el contexto social y cognoscitivo que envuelve a los encuestados. La creencia en la providencia, por ejemplo, es un parámetro contextual de carácter cognoscitivo; mientras que la pobreza lo es igualmente, pero desde un punto de vista social.⁵ La reconstrucción de la lógica de los actores típico-ideales depende en su importancia del *corpus* de datos existente, el cual, como ya lo hemos dicho, fue formado en el periodo de la campaña y días después de las elecciones.

Todas las citas textuales imputadas a obras editadas en francés provienen de traducciones elaboradas por nosotros. Por su brevedad y elocuencia, se puede confiar en ellas.

Racionalidad religiosa versus racionalidad política

“Cristo es amor” (...) Seamos el amor que todo da. Amar es perdonar en todo (...) El amor es fundamental para lograr la regeneración de nuestro país” (...).

⁵ Señalamos los parámetros contextuales –sociales y cognoscitivos– que hipotéticamente pudieron haber estimulado la actividad psíquica de los actores típico-ideales, dando por entendido que la causa de los comportamientos, las actitudes y las adhesiones aquí analizadas está en la lógica de los actores. Tratamos de operar conforme a la concepción de la causalidad y la explicación sociológica subyacente a la teoría de la racionalidad mencionada. Volveremos sobre este mismo procedimiento aportando nuevas aclaraciones.

“La meta última de la política es lograr el amor y hacer el bien, porque en ello radica la verdadera felicidad” (Ávila, 2018). Si tuviéramos que adivinar de quién vienen estas declaraciones y en qué contextos se han pronunciado, nos equivocáramos del todo si se las imputáramos a un predicador religioso que trata de divinizar la política. Proviene de discursos pronunciados por Manuel López Obrador durante la campaña electoral que le dio el triunfo en 2018.

Todos los candidatos violan las reglas del COFIPE (*Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*) en el sentido de que todos los partidos políticos deben “abstenerse de utilizar símbolos religiosos, así como expresiones o fundamentaciones de carácter religioso en su propaganda” (artículo 38, párrafo 1, inciso q). Pero como lo podremos advertir a lo largo de este trabajo, nadie iguala a López Obrador en el manejo de expresiones, símbolos religiosos y referencias bíblicas. Con todos estos recursos, Obrador palió la pobreza de su lenguaje, porque dice más, comunica más que sus adversarios políticos. Son verdaderos efectos cognoscitivos los que Obrador provoca entre el electorado. Un efecto cognoscitivo es el pensamiento que un actor social puede provocar en otro a través de una expresión, una actitud o un comportamiento (Boudon, 2000: 38). Con el ideal de la *república amorosa* y el *reino de la justicia* en la tierra proclamado en sus mítines, Obrador promete asumir la Presidencia como un apostolado de amor y paz, para la felicidad y el bien común de todos, por amor al prójimo, como Cristo lo enseñó a sus discípulos. Con tales figuraciones, Obrador trata de imponer la idea – efecto cognoscitivo– de que es la racionalidad religiosa (la acción que dicta la voluntad de Dios y el principio del amor al prójimo) y no la racionalidad política (la acción que dicta la mejor estrategia para llegar al poder) la que explica la alianza de MORENA con el PT y el PES y el recibimiento de políticos poco escrupulosos de perder la elegancia ante la forma atropellada con la que tuvieron que trepar al vagón de MORENA. Pero ¿quién le cree? Digamos esto en el sentido metódico de la palabra, porque se trata, como se podrá observar a lo largo de este trabajo, de interrogar en sus comportamientos al propio candidato y los diferentes actores que por adhesión a López Obrador hacen posible ese fenómeno de agregación que se expresó de una manera contundente el primero de julio de 2018 en las urnas. Tratamos de comprender y explicar en la medida de lo posible el sentido que le dan los actores a la acción social, a sus comportamientos con base a los tres postulados de la teoría de teoría de la racionalidad.

AMLO y la coalición MORENA-PT-PES: oportunismo y convicción

En cuanto a la actitud de López Obrador con respecto a la alianza formalizada en la coalición MORENA-PES-PT, lo primero que hay que resaltar es la autoridad, el carácter carismático del poder con la que el jefe ordena la voluntad de sus seguidores para que todos en armonía coman en la misma mesa. Porque la coalición, digámoslo, es una verdadera posada española que da entrada a todas las ideologías y las aspiraciones políticas. La coalición cobija a quienes admiten en las bondades de una economía abierta en un mundo globalizado (liberalismo económico) y a quienes creen justamente en lo contrario (economía condicionada desde la cúpula del Estado), a quienes militan por la extensión de los derechos a todos en su diversidad (liberalismo moral) y a quienes se oponen a esos derechos. La incongruencia política parece preocuparle poco al líder de la coalición, al lado de la oportunidad que está a la vista de todos: la de llegar a la Presidencia y repartir los puestos del gobierno y del partido entre sus aliados. Eso basta para quebrar todas las convicciones personales, esto es en un primer tiempo, como lo podremos ver en seguida.

El poder carismático del jefe no es otro, como lo observa Weber (Weber, 1959, 142) que el que somete a sus tropas para que todos trabajen con el ardor de un creyente para que el jefe triunfe. La expectativa se funda en una lógica que Weber describe de la siguiente manera: puesto que viven de la política y para la política, los aliados “esperan que en el curso de la campaña, la influencia demagógica de la personalidad del jefe les procure votos y puestos y ello les abra así las puertas del poder” (Weber, 1959: 142).

Weber hace abstracción deliberada de la racionalidad axiológica en el comportamiento de los seguidores del jefe carismático, pero sólo para destacar, a la manera de una caricatura, los efectos de la racionalidad instrumental como tipo puro de acción social. Está claro que bajo este estricto punto de vista, quedaría sólo la racionalidad instrumental como responsable de la adhesión de los cuadros a Obrador, el oportunismo, la que piensa sólo y de manera pragmática en el poder, en los beneficios materiales que promete la venta electoral de la marca López Obrador. La racionalidad de todos estos actores sería de coyuntura, de corta vida, el tiempo que pueda hablar el candidato, encantar al electorado con una retórica que confunde ideales religiosos con ideales políticos, antinómicos por naturaleza.

Todo esto es cierto, pero en la justa medida que bajo esta actitud oportunista yacen motivos y razones de otro carácter y de otro alcance, que sin ellos hubiese sido imposible la formación de la coalición y la adhesión de los políticos tráfugas a la candidatura de López Obrador. Se trata de convicciones políticas susceptibles de transformarse en el momento más oportuno en exigencias con capacidad de influir en la dirección del gobierno

y perturbar en consecuencia las expectativas de los aliados de izquierda. Dicho sea esto, pensando en el PES y su agenda contra la despenalización del aborto, los matrimonios entre individuos del mismo sexo, eutanasia y proteccionismo económico. Se trata de un cálculo cuya realización depende del curso de los acontecimientos: el resultado de las elecciones, el registro del partido y la fuerza política dentro de las dos cámaras legislativas, sin contar la voluntad del líder de MORENA. Como lo observa bien Weber, una cosa es la voluntad del hombre y otra el destino al que lo llevan sus propias acciones (Weber, 2000: 324).

Lo anterior presupone un encuentro convergente de racionalidades entre López Obrador y el Partido Encuentro Social. Hablamos nada menos que de un partido conservador, polémico –dentro y fuera de la coalición– por su oposición tenaz a la legalización del aborto y el derecho al matrimonio para todos.

Para empezar, el entendimiento entre López Obrador y el PES presupone acuerdo para atender las cuestiones del aborto y el matrimonio *gay* como problemas no prioritarios en el marco de una consulta ciudadana para que “el pueblo decida”. Se trata de una posición que Obrador vine asumiendo desde hace años (Animal Político, 2015, junio 12).

Una razón de carácter puramente utilitario por la que Obrador manda a consulta, por no decir las calendas griegas, la cuestión del aborto y el matrimonio igualitario se funda en un antecedente electoral que estremeció a políticos e intelectuales liberales: el desastre electoral que sufre el PRI en las elecciones intermediarias de junio de 2016, días después que Peña Nieto anuncia desde el Palacio Nacional el decreto presidencial de reforma constitucional a favor de la igualdad y no discriminación a la comunidad LGBTTTI. Todo ello precedido de manifestaciones masivas en todo el país, encabezadas por organizaciones con ideologías identificadas con los valores de las iglesias católica y evangelista. De ese día lúgubre para los partidarios del decreto, la prensa a favor de la iniciativa presidencial, incluyendo *La Jornada*, el órgano de la izquierda pro-Obrador, no quiso dejar reseña para la historia política de México. Informaron de magras contramanifestaciones LGBTTTI en la Ciudad de México. Y el disgusto no pudo faltar frente a la hipótesis insistente del impacto de la iniciativa presidencial en los resultados de esas elecciones.

Es muy probable que, como Meade,⁶ Anaya⁷ y Mikel Arriola en Ciudad de México, López Obrador haya visto en ese revés la gota que derrama el

⁶ Significativo de ello es la negativa de Mead para atender la solicitud de encuentro con la Coalición Mexicana de LGBTTTI y su agenda Pro-Derechos. Por el contrario, acepta figurar al lado de un dirigente del Frente Nacional por la Familia (FNXF) y en convergencia con la organización conservadora se presenta ante el electorado como el candidato de “valores familiares”.

⁷ Anaya acepta reunión con el FNXF y cancela el encuentro previsto con la Coalición LGBTTTI.

vaso de agua. Aunque es justo decir que ya desde las elecciones de 2012 presentía que no era un asunto redituable políticamente. Digamos esto fiándonos en el olfato y el oído de algunos periodistas que se jactan de escuchar a través de las paredes: en reunión con un centenar de dirigentes de lo que él mismo ha identificado como la derecha retrógrada y católica, Obrador diría, para atenuar los cargos en su contra, que él ya no estaba en la jefatura del gobierno del Distrito Federal cuando pasó la ley del aborto y el matrimonio igualitario, que era un asunto que el pueblo tenía que resolver en consulta (Aranda, 2012, 23 de marzo).⁸

Fuera de ese supuesto acuerdo, nada es claro en cuanto a las convicciones de Obrador con respecto al aborto y los derechos de las personas del mismo sexo a contraer matrimonio y a la adopción de niños. Sin embargo, cabe como posibilidad objetiva inferir de una serie de actitudes, comportamientos, declaraciones y creencias religiosas, convergencia de racionalidad con apego a valores entre Obrador y el PES. A ambos los asiste la inspiración religiosa, de allí el carácter espiritual que atribuye Erik Flores a la alianza con MORENA.

Con respecto a Juárez, El Benemérito, Obrador y los religiosos del PES encuentran otro punto de encuentro convergente. Recordemos la beligerancia y el anticlericalismo feroz que Juárez tuvo que instrumentar para fracturar el poder de la iglesia y consolidar así la separación de la Iglesia y el Estado. Todo ello al amparo de un concepto (el de la laicidad) y un ramo de leyes (las *Leyes de Reforma*), los dos tapetes rojos con los que Juárez recibe a las primeras misiones protestantes de México.

Desde la política, cada uno estima que la iglesia católica es una institución a la que conviene debilitar y que en esa tarea le corresponde al Estado poner a todas las confesiones en un pie de igualdad para que la diversidad religiosa sea una realidad en México. Si la perspectiva del poder entusiasma, es por el uso de la violencia que la legalidad le confiere al Estado. Las referencias insistentes a Juárez y su determinación de hacer valer los intereses de la nación por encima de los particulares, no son fortuitas. Tienen dedicatoria. Son amenazantes. Si el temor cunde entre los *lobbies*, lo que Obrador llama “mafia del poder” no es por paranoia, es porque el monopolio de la legítima violencia física, como diría Weber (Weber, 1959: 101), al servicio de un jefe carismático de masas, les hace temer lo peor. De que la iglesia católica esté o no dentro de la lista negra de la mafia del poder, depende de la voluntad de Obrador, la cual se la puede dictar el humor o la estrategia. De hecho, la manipulación discursiva del concepto es una táctica en sí de intimidación.

⁸ ¿Podrá ser una interrogante la disposición del pueblo a una ley de matrimonio igualitario cuando, de acuerdo a una encuesta realizada por INEGI (INEGI, 2017), más de 6 mexicanos entre 10 justifican poco o nada que personas del mismo sexo vivan juntas como pareja?

Sin embargo, no todo el comportamiento de ambos, de Obrador y el PES, está orientado hacia fines utilitarios: votos, cargos políticos, condiciones de competencia interreligiosa, perspectivas de crecimiento para las iglesias no católicas; instrumentación, en una palabra, de uno a otro en función de intereses estrictamente materiales. Ambos creen en la posibilidad de regenerar moralmente la vida política, social y económica. No es una promesa de campaña demagoga, es una convicción compartida, asentada en el sentimiento de un llamado divino. La reinversión de la religión en la política no puede tener otro sentido que el que promete la transformación social, política y económica, porque como dice François Furet (Furet, 1994: 10), “la revolución es también una búsqueda de la salvación”.

La mística está en todas las declaraciones en las que Obrador se declara incapaz de explicar de manera lógica, razonable. “No es que sea milagroso, pero sólo yo puedo acabar con la corrupción...” (*El Sol de Nayarit*, 2018, 13 de febrero).

Carisma de la bondad, devoción y transfiguración

En todas las elecciones presidenciales en las que Obrador ha participado, se ha transubjetivizado la idea según la cual “el pueblo cree en AMLO” y que entre ambos existe un vínculo poderoso, personalizado. Es una creencia que, junto con su política de puerta abierta a “todos los hombres de buena voluntad”, explica en buena medida el comportamiento de la mayor parte de los políticos que, acotados en sus ambiciones dentro de sus partidos políticos, se abrazan de MORENA con alguna candidatura. Como todas las creencias, ésta también se objetiviza en la realidad; esto es, en evidencias que tienen sentido. Si había algo seguro para esos políticos, era que a la cita del 2018 los pobres no le iban a fallar a Obrador, que con ellos se llegaba hasta el umbral del poder. Si el encuentro ya se había logrado en el 2012 (Mitofsky, 2018b; Covarrubias y Villegas, 2018), ¿por qué ahora no? Como todos sabemos, Obrador obtuvo por sí solo, en esta última jornada electoral, más de la mitad (53.15%) de los votos emitidos por ciudadanos que viven con menos de \$2,650 pesos mensuales y casi otro tanto (46.60%) de entre las clases populares y clases medias empobrecidas⁹ que ganan entre \$2,651 y \$7,952 (Encuesta BGC-*Excélsior*, 2018; *Excélsior*, 2018, 2 de julio).

El hecho es que Obrador le imputa al “pueblo”, a esa parte del electorado que lo sigue, consciencia, voluntad y cualidades virtuosas, como si se tratara

⁹ Nos referimos al estrato más bajo de las clases medias que con un salario de 30 dólares y un poco más, alcanzan a vivir por encima del umbral de la pobreza (BID, 2018).

de un solo hombre al que saluda de plaza en plaza a través de sus recorridos incansables por la República: “el pueblo es sabio”, es “avisado”, sabe lo que quiere, nunca se equivoca, suele decir.

Obrador cultiva la mística de la pobreza, la actitud del hombre que habiendo podido enriquecerse, vive sobriamente por amor y respeto a los pobres, sin propiedades y cuentas bancarias como él dice insistentemente. Su fidelidad hacia los pobres, confirmada tres veces desde 2006 con la promesa de campaña “primero los pobres”, le ha dado la reputación entre los pobres de ser un hombre honesto. El pueblo le atribuye con gusto el carisma de la bondad, una cualidad de entrega y preocupación por los pobres “confirmada” tres veces. Hay carisma en Obrador porque hay prestigio. Y hay prestigio porque predica la bondad bajo la premisa de “que ser bueno es el único modo de ser dichoso” (Regeneración, 2010). En congruencia con la enseñanza de San Pablo, según la cual hay más dicha en dar que en recibir (Hechos: 20, 35). Obrador ofrece y promete cumplirle al pueblo aunque se tenga que aplicar “la pobreza franciscana”.

Obrador lee *La Biblia*, en él es una actitud subrayada que dice: “véanme, proclamo las santas escrituras; escúchenme, alabo el nombre de Jesús”. Un candidato no puede dar por un hecho el efecto cognoscitivo que busca provocar en la mente de los demás con tal comportamiento, lo tiene que explicitar: “soy honesto, confíen en mí”, “yo amo profundamente al pueblo” (Hernández, 2018). Ello, a su vez, hace pensar aquel pasaje bíblico que dice: “yo soy el siervo bueno que multiplica los talentos que le confían” (Mateo: 25, 21). El carisma de López Obrador, a los ojos de la masa electoral, no proviene de ninguna proeza, hazaña heroica o logro prodigioso, emana de la bondad, de la promesa de salvar a los pobres —el sustrato de la nación— del naufragio de la degradación moral y material.

En 2006, Obrador se presentó como el candidato de los pobres, el candidato que llama a los pobres y a todos los “hombres de buena voluntad” que quieran votar por él y por compasión por los pobres. Desde entonces, Obrador mistifica la pobreza; remueve en la conciencia de todo un pueblo instruido en la fe cristiana, el mensaje de misericordia de Dios por los pobres que hay en las bienaventuranzas. Pero, por otra parte, explota lo que Weber define como “lazo indisoluble entre teodicea de la retribución (la creencia en la justicia para los pobres en el más allá), y la sed de venganza por parte de los “estratos privilegiados negativamente” (Weber, 1995, II: 255), para que la salvación sea una realización material, de ahora y en este mundo. La metáfora del tigre nos habla de esa sed de venganza, violencia contenida, que, de acuerdo a sus propias declaraciones, sólo él la puede conjurar, sublimarla, manteniéndose en la línea de la ética del amor al prójimo, como lo exige Cristo.

La compasión de Obrador por los pobres conmueve a los pobres, a los intelectuales de izquierda, a los teólogos de la liberación y de una manera general a todo el cuerpo de electores con intención de votar por Obrador, como lo demuestra una encuesta realizada por Mitofsky.¹⁰ Para hablar de gobernar con “atención preferencial a los pobres” –“los pobres primero”– es porque Obrador conoce el lenguaje de los teólogos de la liberación y las comunidades de base –fuertemente implantadas en Chiapas– formadas en la idea de la opción preferencial por los pobres y la preeminencia de la justicia social sobre la teodicea de la retribución en el más allá. Como todos sabemos, la Teología de la Liberación no solamente magnifica la idea de la preferencia de Dios por los pobres, sino que además hace de ese mensaje “de misericordia” la carta magna de su acción pastoral. Es de esta forma que la “buena nueva” se anuncia a través de las comunidades de base como una promesa de salvación bajo una perspectiva menos escatológica y más social.

Si bien es cierto que la iglesia católica nunca ha tratado de hacer de la “preferencia de Dios por los pobres” una “opción preferencial”, también es cierto que en contrapartida nunca ha podido impedir a sus ministros de arengar a los “ricos” desde los púlpitos para que se moderen en sus ambiciones de riqueza y asuman en su relación con los pobres una actitud teleológica; esto es, que cumplan con la prescripción de ayuda a los pobres, que Jesús proclama en los *Evangelios*. Todo esto es cierto aun bajo el pontificado del Papa Francisco, para quien ayudar a los pobres es un deber evangélico y un pecado su omisión (Pulella, 2017). La actitud de la iglesia con respecto a los “ricos” no es fortuita, ni desprovista de fundamento: tiene su origen en las *Escrituras*, pero se objetiviza sólo en los contextos marcados por la pobreza, como es el caso de México, en donde los pobres representan *grosso modo* el 45% de la población. Obrador bebe agua de este gran manto freático (“el pueblo es mi vitamina”), emula al Papa en su opinión de que los ricos como individuos y como grupos vinculados a la economía global y como sistema mundial han dejado de lado a los pobres (Cf. Flamini, 2014), pero no precisamente con la dulzura conmovedora del pontífice, sino con el lenguaje de la diatriba.¹¹

La iglesia ordena a los poderosos tratar las carencias de la pobreza de una manera teleológica, en donde la piedad por los pobres juegue un papel central en la motivación de los “hombres de buena voluntad”. Obrador, por su parte, promete la utopía de las bienaventuranzas: acabar con la pobreza incrementando los salarios, la productividad y la competitividad de la indus-

¹⁰ De acuerdo con esta casa encuestadora, el 84.7% de las personas con intención de votar por López Obrador deseaban ver “bajar los niveles de pobreza” (*República*, 2018, 23 de marzo).

¹¹ “Minoría rapaz, no quieren dejar de robar (...) tienen secuestrado al gobierno (...) han destruido al país, están desgraciando al país...” (*El Universal*, 2018, 4 de mayo).

tria y el campo para que todos los mexicanos, como lo ha dicho en Jerez y Tijuana, se queden en casa y ya no tengan que emigrar (*El Sol de Zacatecas*, 2018, 10 de abril).

Todos los candidatos cultivan el arte del ilusionismo, pero Obrador se presenta ante todos como el mago entre los magos para expresarlo a la manera de Weber. Como el arte de la política es el de hacer creer el valor de la palabra de quien la emite, debido a que es de esa creencia que depende la legitimidad de la autoridad (Weber, 1995, I: 65, 66, 345, 346), Obrador pretende hacer creer, como sucedió en Tijuana durante el segundo debate, que la corrupción es el *primummobile del explanandum* de todos los problemas sobre los que se le pueda interrogar: hablese de inseguridad, pobreza, desempleo, crecimiento económico, producción, tráfico y consumo de estupefacientes; en una palabra, todas los síntomas de la descomposición social. Las explicaciones de Obrador sobre los problemas que inquietan a los mexicanos son simples y accesibles al conocimiento del hombre común. Pero esto no significa que no haya en ellas ningún fundamento teórico o epistemológico. Todo lo contrario. Participa de una concepción de la realidad, inspirada de la ortodoxia marxista o derivada de ella, como la *Teoría del Complot (Conspiracy Theory)* en la que basta con modificar *A* (la estructura, la base económica que asegura la reproducción de los intereses de la clase “oligarquía”- en el poder) para que el problema supra estructural *B* (corrupción) se resuelva y corrija los demás elementos supra estructurales derivados de *B*: *B1, B2, B3...* (desempleo, empleo precario, pobreza, violencia, inmigración...).

Raymond Boudon observa que, bajo este esquema explicativo, “todos los males que se puedan observar en las sociedades se deben a un *complot* de los poderosos, quienes disimulan sus intereses egoístas con nobles intenciones” (Boudon, 2004: 41). En el lenguaje de Obrador, esos poderosos forman la “mafia del poder” y dentro de ésta se encuentran “los cien potentados que se creen amos y señores de México”, como diría en un mitin en la ciudad de Oaxaca (Matías, 2018).

El hecho es que Obrador suscribe a una concepción mono causal de la explicación de los problemas sociales, cuando que éstos son terriblemente complicados como para someter su entendimiento a una sola causa. Sus adversarios se lo refirieron en el debate celebrado en Tijuana, e hicieron alarde de conocer bien los problemas sobre los que se pronunciaban, de explicarlos con un lenguaje tupido de matices, conceptos y tecnicismos apabulladores con toda certeza, pero poco o nada persuasivo como para sacar de la indiferencia al electorado de Obrador. El lenguaje parsimonioso de Obrador es el de un político de pueblo que habla el lenguaje de los ciudadanos pobres con bajos niveles de instrucción, que poco entienden a los tecnócratas políticos o políticos tecnócratas.

Si el diagnóstico está claro para Obrador, también la solución: la corrupción se combate con el ejemplo de la honestidad en el manejo de los recursos públicos. El electorado que sigue a Obrador, ¿realmente cree en el poder de su persona para cambiar por encanto a los funcionarios públicos con el puro ejemplo de su conducta? ¿Cree que pueda erradicar de la vida pública la corrupción y resolver los problemas del país en tan sólo seis años? Ricardo Anaya, para ridiculizarlo, le dice que no es por osmosis que la gente cambia. En vano. El canto de la sirena se confunde con el acento del tabasqueño,¹² encanta de entrada a los individuos con menores niveles de educación.¹³ ¿De esto debe suponerse que los individuos con mayores niveles de educación y bienestar deberían resistir a ese encanto? Las encuestas de salida nos dicen que no. Obrador seduce a los electores con estudios universitarios en proporciones significativas (48%) según Mitofsky (2018b); 65% según Parametría (Abundis, 2018). No vamos a reconstruir la lógica de este segmento de la población, la materia es demasiado extensa o suficiente como para dar cuenta de ella en un artículo aparte. Señalemos solamente que para que este fenómeno haya podido ocurrir, tuvo que intervenir un factor de carácter perceptivo cuyo impacto en la cognoscitividad de los electores se ha venido deslizando desde el 2012, hasta hacer crisis en 2018: la credibilidad en la democracia liberal y su capacidad para drenar la riqueza generada hacia abajo en la escala social. Después de más de veinte años de apertura comercial y creación de riqueza, la pobreza persiste, sigue siendo crónica (The World Bank, 2018) y todo parece indicar que la percepción de su existencia se ha agravado¹⁴ como un efecto perverso del incremento de la riqueza¹⁵ y la exhibición de ella, justificada con apoyo en el principio liberal de “a igual contribución igual retribución”. Hablamos de una actitud paroxística, insoportable a los ojos de los críticos del liberalismo económico y de todos aquellos que comparten la impresión de que la generación de riqueza beneficia a sólo unos cuantos.¹⁶

¹² Y con tanta más fuerza que casi 7 (66.5%) de cada 10 ciudadanos que votaron por López Obrador esperan experimentar en menos de un año las mejoras que prometió durante su campaña en materia de seguridad, economía y política (*Consulta Mitofsky, 2018a*).

¹³ Obrador supera a Anaya hasta con 20% de los votos entre este segmento de la población (*Consulta Mitofsky, 2018b*).

¹⁴ Una encuesta (Mitofsky, en República, 2018, 23 de marzo) demuestra la existencia de la pobreza como un problema que preocupa al electorado favorable a Obrador, al punto que desearían verla disminuir.

¹⁵ De acuerdo con un especialista en el tema, la riqueza mundial se ha multiplicado por 26 y el comercio mundial por 52, mientras que la población mundial ha crecido solamente dos veces desde 1971 (Tétreau, 2015).

¹⁶ Parametría demuestra en una de sus encuestas (2018, 17 de agosto) que más de dos terceras partes de las intenciones de voto expresadas a favor de Obrador sintieron su situación económica degradada durante los últimos 6 años. ¿Repercusión del crecimiento de las

Simbología religiosa y efectos cognoscitivos

Obrador empata con la gente en los pueblos, la “alteridad” entre él y el electorado “rústico” funciona. Y si perdió la Presidencia en 2006 y 2012 no fue porque su electorado lo haya abandonado. Si los votos que le hacían falta para ganar por mayoría relativa cedieron en su tentación de votar por el tabasqueño, fue porque parte de ese mismo electorado retrocedió ante una campaña de miedo en su contra. El estigma de violento que sus adversarios políticos le construyeron funcionó en 2006 y 2012, pero ya no en 2018.

Cuando Obrador amenaza con la metáfora del tigre —a ver quién amarra al tigre porque yo no—, piensa en el pueblo, pero antes que en él, en los radicales de su movimiento, que son los que proyectan en el pueblo su propia violencia, el ideal de la insurgencia popular.¹⁷ Ese deseo de venganza existe, pero al estado irreal, como una fantasía, como un efecto imaginario de la teodicea de la retribución, cualquiera que sea su interpretación. Weber y Nietzsche lo dicen, cada quien a su manera, que esa sed de venganza no produce más que ideales y valores que, por paradoja, descalifican la violencia, en todo caso, como medio de lucha por el poder. El miedo a la violencia popular se expresó en 1994 con un voto emitido en las urnas contra el llamado de Marcos a la insurrección. En 2006, Calderón le arrebató la victoria a Obrador, gracias a una campaña intensa de miedo en su contra. En 2012, Peña Nieto sacó al Partido Acción Nacional de Los Pinos y también la guerra contra el narco de la agenda de gobierno, sin mencionar una sola palabra acerca de la violencia que azotaba al país. Con su “México en Paz”, Peña Nieto logra presentarse como el candidato de la paz y hacer que los electores perciban a Obrador como el candidato de la venganza. No es por capricho o puro azar que a Obrador se le ocurre la estrategia del amor al prójimo, la promesa de un gobierno de amor, paz, misericordia y hasta perdón para los enemigos.

Los efectos cognitivos que provocan el perdón —los espaldarazos que da Obrador a sus candidatos con reputación empañada en los tribunales de

desigualdades económicas que no cesan de crecer tanto entre las naciones como dentro de cada uno de los países en el mundo, como lo observa un especialista en el tema? (Tétreau, 2015).

¹⁷ Partidarios de López Obrador como Paco Ignacio Taibo II lo invitan a pensar en el uso de la violencia como medio legítimo para expropiar a los empresarios en el caso de que amenazaran con deslocalizar sus inversiones en México. Si te quieren chantajear, Andrés, “ese mismo día, a esa misma hora, estaríamos dos o tres millones de mexicanos diciendo: exprópielos (...)” (*El Universal*, video, 2018, 28 abril). A ello hay que agregar la percepción del padre Solalinde en torno a las cosas que se preparaban “para un enfrentamiento armado” (Castillo, 2018, 30 de julio), la cual viene, sin duda alguna, de ese círculo reducido de intelectuales que apoyan a Obrador (Cf. Rafael Barajas el “Fisgón”, Jesús Ramírez Cuevas, John Ackerman, Pedro Miguel y otros).

justicia—, son tan profundos que hacen que el pasado de éstos se borre de la mente de sus seguidores o por lo menos ésa es la impresión que inspira el comportamiento inquebrantable de los electores en materia de intenciones de voto y voto efectivo. En Amacuzac, Morelos, por ejemplo, gana la alcaldía un personaje encarcelado por delincuencia organizada y secuestro (*Milenio*, 2018, 10 de julio). Por la vía plurinominal llega al Senado el ex-líder de los mineros, Napoleón Gómez Duarte, prófugo de la justicia, exiliado en Canadá. La lista de candidatos con antecedentes turbios, elegidos en los comicios de este primero de julio, es larga. Tenemos que decir pronto que si todas estas candidaturas contaron con el apoyo del líder de MORENA y el electorado en el momento de la votación, es porque ambos tienen sus propias razones para apoyar a esos candidatos; y esas razones aclaran lo que de entrada se ofrece como inexplicable, irracional. Obrador explota electoralmente la incredulidad, la desconfianza de la ciudadanía, con respecto a un sistema de impartición de justicia¹⁸ totalmente desacreditado por cuestiones de corrupción. Ésa es la fisura por donde entra el efecto cognoscitivo mencionado. Esto es, sin contar la interpretación religiosa del perdón, entendida como un paso hacia la conversión, el cambio de vida y la reconciliación de todos con todos. De que Obrador pueda operar el “milagro de la unificación del país”, el padre Solalinde lo dice (Santana, 2018, 15 de junio) y ese deseo, que es colectivo, fue el que le abrió las puertas de la alternancia a la *Coalición Juntos Haremos Historia*.

Maffesoli describe un mecanismo que pudiera ayudar a comprender los razonamientos como éstos, que son más sensibles que racionales: dice que la racionalidad cuando llega a sus extremos (v.g. la búsqueda desesperada de soluciones al problema de la violencia que experimenta el país), hace que el cuerpo social, para protegerse de los estímulos insoportables del exterior, responda desde sus adentros, con recursos sensibles más que racionales. En este caso, la desesperación al extremo crea su propia compensación: la esperanza, conocida como el último recurso de los desamparados. De la esperanza a la creencia en el milagro no hay más que un paso. Es en este contexto emocional y cognoscitivo que aparece la promesa redentora de Obrador. “No quiero sentirme insustituible o que piensen que somos milagrosos, pero sólo yo acabaré con la corrupción en México y lograr el renacimiento del país” (Zavala, 2018).

Coincidencia o inspiración religiosa, el hecho es que Obrador se expresa como el “héroe poderoso” de la profecía mesiánica, que de acuerdo a un tipo puro de teodicea (Weber, 1995, II: 283) habrá de colocar a sus adeptos, los desamparados, en el lugar merecido en el mundo por medio de una trans-

¹⁸ Con un 4 en la escala del 0 al 10, los mexicanos expresan la desconfianza que les inspira el Poder Judicial de la Federación (GCE, 2018, 21 de agosto).

formación política y económica. Es un “basta ya” a la espera de la teodicea de la retribución en el más allá, a la incompatibilidad de la idea de un Dios bondadoso, todopoderoso y la existencia en el mundo del “pueblo bueno” que sufre la “avaricia” de una “minoría de rapaces que se sienten dueños de México” (*El Universal*, 4 de mayo). Obrador desafía a sus adversarios, los malaventurados, los ricos, los empresarios, la “mafia del poder”, con sarcasmo, mostrando su entusiasmo entre los labios como si dijera: “Si Dios está conmigo y el pueblo conmigo”, ¿quién podrá contra mí? Palabras más, palabras menos, en un mitin celebrado en Autlán, Jalisco, Obrador provocó la ovación de los asistentes recordando el debate celebrado en una de sus escenas en las que se le acercó, el candidato de la *Coalición Por México al Frente*, Ricardo Anaya, para cuestionarlo de frente: “Cuando le saqué la cartera a Anaya, para que no me la robara, porque es un pillín, ¿a quién creen que traía adentro? “Tengo mi detente: detente enemigo que el corazón de Jesús está conmigo”, dijo mostrando una estampa del Sagrado Corazón de Jesús (*El Economista*, 2018, 23 de mayo).

¿Cómo la providencia estampada en la imagen lo puede proteger? Misterio divino impenetrable al entendimiento humano. Lo importante es cohesionar a la masa de creyentes haciéndoles ver —si el gesto es sincero— o creer que el jefe también cree en el misterio de la acción protectora del Sagrado Corazón de Jesús. Como lo observa Weber al participar de los misterios, el creyente se beneficia de la esencia de Dios y de esta manera se protege mágicamente de las fuerzas del mal (1995, II: 327).

En el fondo, Obrador busca provocar el efecto cognoscitivo siguiente: “vean como yo también soy católico. ¿Cómo pues puedo yo estar en contra de la iglesia católica y la Virgen de Guadalupe como mis enemigos lo murmuran a través de las redes sociales?” Obrador sugiere, invita a pensar que es católico sin pronunciarse claramente al respecto. En política, la ambigüedad gratifica. No es fortuito que al tabasqueño le irrite que los periodistas comenten sus inclinaciones íntimas religiosas; siente que lo privan de una ventaja.

Por la forma en la que evoca la providencia, siempre de manera implícita o velada (la providencia como vector de amor y transformación social), se puede inferir la huella de una religiosidad experimentada en círculos de creyentes en donde se comercia con la creencia en el poder regenerador de la providencia a través de la imposición de manos y otras técnicas de invocación. La conciencia en Obrador de la importancia que tiene para los mexicanos la creencia en la providencia, no es mayor ni menor que la que tiene la Virgen de Guadalupe,¹⁹ como él mismo lo reconoce. De que le resulte más cómodo

¹⁹ No es un dato anodino, por ejemplo, que 8 de cada 10 mexicanos crean en la Virgen de Guadalupe; que en casi 40% de los hogares mexicanos exista un altar consagrado for-

instrumentar a la providencia que a la Virgen de Guadalupe, se entiende. Tratándose de creyentes, la primera incluye, la segunda excluye. Dicho esto, extrapola el conocimiento de su propia experiencia, le imputa al pueblo una creencia que en su forma discursiva tintinea con más agrado al oído de los creyentes no católicos. No sorprende que desde la oposición se le haya buscado darle tono a esta “diferencia” y hasta dramatizar las consecuencias del posible triunfo de un candidato con sensibilidad religiosa manifiesta pero ambigua, como lo indica la circulación en las redes sociales de un volante en contra de la Virgen de Guadalupe, firmado supuestamente por MORENA y el PES. Es en este contexto que, recordémoslo, Obrador exhibe la estampa del Sagrado Corazón de Jesús para parar en seco un rumor ofensivo con consecuencias insospechadas, porque denuncia la ilegitimidad de una devoción religiosa en un hombre que no profesa la fe y las creencias religiosas del pueblo que lo aclama. Se trata de una lógica despiadada porque hasta pudo haber atacado a Obrador en su credibilidad de patriota. Zukermann comenta los resultados de una encuesta realizada hace unos años en la que revela que para un 40% de mexicanos, la identidad religiosa es indisoluble de la identidad nacional (Gabinete de Comunicación Estratégica, GCE, 2015), lo cual significa que 4 de cada 10 mexicanos consideran de manera dudosa la mexicanidad de los mexicanos que no creen en ella, como bien lo señala Leo Zukermann (Cf. Zuckermann, 2015, 16 de septiembre).

Lejos de ignorar esta realidad, Obrador trata de tocar el imaginario colectivo de los mexicanos en su diversidad religiosa. A los católicos les muestra de manera ostentosa su admiración por el Papa Francisco. Presume, sin importarle qué tanto pueda indignar y herir a sus aliados evangelistas, de inclinarse ante las imágenes de la devoción de los católicos: la Virgen de Guadalupe²⁰ y Cristo en sus distintas representaciones.

Los símbolos religiosos abarrotan el imaginario colectivo de los católicos. Obrador los agita con sus referencias repetidas a la Guadalupeana, el Papa, Cristo. Son símbolos que, como toda imagen, dicen más de lo que la razón pueda evocar (Jung, 1988).

Obrador se inclina ante la virgen porque es pobre como los mexicanos que se inclinan ante ella. Admira al Papa porque como él tiende su manto protector sobre los pobres. Se identifica con el Cristo del Sagrado Corazón

malmente a la devoción marial (Hernández y otros, 2016); que 6 de cada 10 mexicanos le pidan favores y asistan en la misma proporción a la iglesia para celebrar el aniversario de su aparición (Parametría, 2016).

²⁰ Obrador elige el 12 de diciembre como el día de la Virgen de Guadalupe, publicar su alianza con el partido de sensibilidad religiosa evangelista y reconocer su afiliación emocional a la Virgen de Guadalupe y la identificación acronímica de su movimiento político –MORENA– con la *Morena* del Tepeyac.

porque tiene corazón para amar al prójimo, con el Cristo que sufre y padece en la Cruz, porque su vida se parece a la suya: comprometida con los pobres hasta ser perseguido por los poderosos. La virgen, el Papa y Cristo, evocan la pobreza, a los tres los consagra su entrega a los pobres, los tres tienden su manto protector sobre los que sufren en los términos de las bienaventuranzas.

A los protestantes los hace soñar como los puritanos de Estados Unidos soñaron con la posibilidad de construir en la tierra la Nueva Jerusalén, la ciudad perfecta, la ciudad de Dios pensada por San Agustín. Vamos a “construir el reino de la justicia en la tierra”, declaró en un mitin celebrado en el Estado de México. “Parece un sueño, una utopía, pero lo vamos a realizar”.

En el reino de la justicia ideado por Obrador hay un lugar de privilegio para los pobres. A la diferencia del párroco que predica en virtud de un carisma transmitido a través de la consagración y como lo exige la CODIPE, Obrador sin ningún otro atributo que un carisma emanado de sus propias virtudes personales promete como un profeta el “reino de la justicia sobre la tierra”. El personaje atrae como un imán, porque su carisma contagia en el marco de una relación personal, de cara a cara con el electorado. No es cosa fortuita que el candidato de MORENA prefiera las campañas políticas por tierra, como lo ha demostrado en sus numerosos recorridos por el país desde 2006.

La piedad del “héroe de la fe” por los pobres conmueve a pobres e intelectuales, inspira piedad. “Piedad, observa Simmel (Simmel, 1998: 40) es el humor del alma que se transforma en religión tan pronto como se proyecta sobre figuras particulares”.

Jaime Rodríguez “El Bronco” se jacta de haber comprendido bien el efecto cognoscitivo que Obrador pretende sembrar en la mente de sus seguidores con sus referencias insistentes a la providencia: “Obrador quiere que lo hagamos santo, que le pongamos su iglesia para que todos hablemos bien de él” (Canchola, 2018, 12 de abril). Lejos del sarcasmo de “El Bronco”, ya hay gente que empieza a encenderle velas a Obrador (*La Jornada*, 2018, 25 de septiembre). El pueblo es para el fundador de MORENA lo que la Iglesia instituida por San Pedro para Cristo: su cuerpo místico.

Obrador depura la noción de pueblo, la mistifica mediante representaciones de solidaridad que la aproximan más a la de una sociedad tradicional conformada a formas de pensar cohesionadas por la moral (*Cf.* la cartilla moral), los valores (la existencia de reserva de valores de donde partiría la regeneración de la nación) y la acción de un marco social integrador único; el del Estado.

No es fortuito que prometa erradicar la fuerza estructural de donde emanan por encanto todos los males de México: “el neoliberalismo”, la raíz a sus ojos de la individualización, el egoísmo, la avaricia y sus efectos macro sociológicos:

la devastación material y espiritual de la nación y del “pueblo bueno”. Esto es, el saqueo de los recursos naturales de la nación y el hostigamiento espiritual que significa para los hombres la lógica de la productividad, las exigencias de orden, la asepsia y el crecimiento económico a todo precio. Todo ello explica su desprecio por el intelectualismo y la prensa *fifi* (sólo la “praxis” al servicio del pueblo la redime), la “oligarquía” y las grandes empresas orientadas a la exportación, los tecnócratas y las mediciones del crecimiento económico. Michel Maffesoli no vacilaría en considerarlo como un mandatario típico posmoderno, para quien la política no es más que un arte: el de hacer soñar en la felicidad (la de creer en la posibilidad pronta de ser “felices en sus propios pueblos”), pero no como un proyecto coronado después de un largo camino sembrado de esfuerzo y privaciones. No. Como algo que transporta emocionalmente hacia el puerto prometido en cada mitin.

Claro que el comportamiento de AMLO debe ser racional, como lo indica el uso razonable del gasto público que debe hacer todo estadista en la realización de cualquier gran proyecto, y como se espera de él, de Obrador, en la realización de proyectos como el aeropuerto alternativo (NAIM), el Tren Maya, entre otros. Pero más allá de esos planes está el otro eslabón de la cadena teleológica de la racionalidad, desde donde nos podríamos preguntar si estos mismos proyectos no son más que medios para alcanzar otros fines que el que le corresponde al Estado y lo legitima para hacer el mejor uso de los dineros públicos: el de impulsar el desarrollo del país. ¿A quiénes afecta la anulación del NAIM y a quiénes estima Obrador que debe alegrar? ¿A quiénes entusiasma el proyecto del Tren Maya? Sin importar que sea rentable o no, anti-ecológico o no y se consigan o no los múltiples beneficios esperados, la elección debería ser percibida por el electorado de la región más pobre y medianamente poblada del país, como un gesto de compasión, de amor por los pobres. Simmel (2002) distingue dos actitudes, dos maneras de tratar la pobreza. La primera, como ya lo hemos dicho, es teleológica, que la Iglesia Católica ha promovido desde siempre y la que se expresa a través de la ayuda a los pobres. La segunda es causal, la que administra el Estado a través de sus instituciones. La primera es personal, penetrada –en principio– de compasión y piedad; la segunda despersonalizada, fría, deshumanizada. De la preferencia de Obrador por un trato directo, de cara a cara con su electorado, se puede fácilmente inferir la supremacía de la racionalidad instrumental –la búsqueda de la fidelización y ampliación del apoyo popular– sobre la axiología y el *Affektuel*.

Providencia, *Affektuel* y consideraciones finales

Concebir al individuo y su individualidad en todo análisis sociológico, como lo recomienda el postulado individualista, significa preocuparse por explicar los comportamientos, actitudes, o creencias a partir del sentido que le dan aquéllos a éstos. La creencia en la providencia nos parece un buen ejemplo de doctrina susceptible de explicarse a partir de los postulados de la racionalidad y con tanta más razón que Obrador la procesa cognoscitivamente y la comunica adecuando el significado del significante a las circunstancias que le dicta la campaña política. Para nadie es un misterio, y menos para Obrador, que es precisamente entre los segmentos de la población más pobres y menos instruidos que más se comparte la creencia en el poder de la providencia para interferir en la vida de todos los días. En estos estratos, la necesidad de la sublimación del sufrimiento existencial es más apremiante (véase especialmente las bienaventuranzas).

Con la noción de la providencia, expresada a través de imágenes religiosas – el Sagrado Corazón de Jesús, la Virgen de Guadalupe, el Cristo martirizado, etcétera)–, Obrador introduce en su discurso la idea del bien y del mal y la instrumentaliza contra sus enemigos, los políticos corrompidos con el dinero de los ricos malvados, señalándolos con anatemas, como se ha planteado a lo largo de este escrito.

Pero para que Obrador haya capitalizado el fervor de su electorado, se haya operado la transferencia de la providencia en su beneficio, hace falta algo más que estos dos parámetros socio-cognoscitivos (el de la pobreza o necesidad apremiante de creer en sus promesas y la creencia en la providencia). Para expresarlo en los términos del postulado de la comprensión, la creencia debe tener *sentido* (*Sinn*, de acuerdo al vocablo alemán) a los ojos de los creyentes; debe, en otras palabras, ser persuasiva, afectar cognoscitivamente a los individuos. Y si la creencia persuade es porque la providencia, como se dice, actúa a través de sus instrumentos, los “hombres de buena voluntad”, hombres providenciales como López Obrador, moviéndolos en la dirección de los necesitados, gracias a la compasión y la piedad que le inspiran los pobres. Curiosamente Schopenhauer (1995) define la piedad como la única con poder para restablecer la solidaridad y la coherencia de los individuos, porque está hecha de compasión y amor.

Que López Obrador haya tratado de instrumentalizar en su beneficio la creencia en la providencia es un hecho; que la cognoscitividad descrita en este trabajo se haya manifestado tal cual en la conciencia tanto del candidato por *Juntos Haremos Historia* como de su electorado, es otra cosa. Los razonamientos típico-ideales son más de orden meta consciente que consciente,

cuando no es que flotan entre la frontera de una instancia y la otra, como lo observa Weber (1995). Su función es, no obstante, heurística.

Como decíamos, la legitimidad de un jefe carismático depende del prestigio; y el prestigio no es otra cosa que la creencia en la superioridad del poder de Obrador sobre el poder de los otros candidatos para resolver desde la Presidencia los problemas que desesperan y desquician la vida política, social y económica del país. Esa creencia, ya lo hemos dicho, emana del carisma de la bondad que el “pueblo bueno” le otorga. Los mecanismos del poder son tan complejos que enajenan, en el sentido que le da Marx a esta noción (el de la confusión y la ignorancia), la cual afecta a unos más que a otros. En el caso del electorado con bajos niveles de ingreso e instrucción, la enajenación es evidentemente profunda. Esta es una condición social y cognoscitiva favorable para la creencia en el poder ilimitado y bondadoso del nuevo presidente. Es una creencia que se transubjetiviza a través de las intenciones de voto y el voto mismo. Digamos que es el carácter fenomenal de la popularidad de Obrador (como lo informan las encuestas y en particular *Consulta Mitofsky* a partir de enero de 2018a), que invita a creer en la elasticidad prodigiosa del poder de un presidente bueno. Esta sería la primera instancia de la cognoscitividad que explica la agregación, el proceso a través del cual se forman las creencias colectivas, los fenómenos de adhesión como el que analizamos en este espacio. Porque de acuerdo a Durkheim, existe otra instancia, en la que los individuos le piden sus credenciales a esa creencia (Durkheim, 1998: 624); esperan la confirmación no de sus intenciones de gobernar “por el bien de todos” –que como ya dijimos fueron tres, las tres contiendas electorales en las que Obrador ha participado como candidato–, sino de su poder para cambiar la realidad social en beneficio de todos y en particular los que menos tienen. El prestigio del jefe depende ahora ya no de la proeza de hacer creer en él, en su persona, en su palabra, sino de su capacidad para gobernar en el sentido prometido. Nada más significativo de esta expectativa que la carta de Denisse Dresser a López Obrador titulada “A vigilarte”. Dresser creyó en él, con fe, sacrificó su intelecto como el creyente que reza el *Credo* en su iglesia. La prueba es que después de haber emitido su voto, se pregunta cómo gobernará su candidato: “si será el líder aplaudible de una izquierda progresista o el líder cuestionable de un lopezobradorismo conservador. Ante nosotros se vislumbra una tierra incógnita” (Dresser, 2018, 2 de julio).

Otro caso de actitud por demás errático – al igual que las emociones– es el de Guadalupe Loeza, quien sumida en cólera, le advierte a López Obrador que no votará por él. “No votaré por ti”, es el título del artículo que escribe en su columna de *Reforma* el 23 de junio. El comportamiento de Loeza hubiese sido comprensible racionalmente si al día siguiente de las elecciones se

hubiese mantenido fiel en su posición. Pero no. En lugar de apegarse con pasión a sus convicciones (en todo caso las que presume) y a la vista de los resultados asombrosos del escrutinio, termina por jurar públicamente haber cambiado de opinión, haber roto en la intimidad de la urna su promesa de castigar con su voto al tabasqueño, de haber sido una más de los treinta millones de mexicanos que votaron por la cuarta transformación... dos días después de la derrota cruda y desoladora de Mead, su candidato. Loeza cede ante el temor de las consecuencias que pudiera generar el triunfo del candidato de MORENA para la libertad de expresión y sus aspiraciones profesionales en lo particular. El problema es que, bajo la óptica de la convicción, como lo explica Weber, los principios no se negocian, es ciega a las consecuencias. Más que al salvador en quien pierden la fe, los apóstatas, a lo que le temen es a la *ekklesia*, el *corpus* formado en torno al fundador.

Los casos de Dresser y Loeza nos dicen mucho respecto al alcance del voto motivado por la pasión: en un caso la fe titubeante en la persona misma de Obrador; en el otro, la histeria de la que nos habla Michel Maffesoli (2011: 176) la que se expresa a través de la atracción incomprensible y la repulsión.

Como podemos advertir, el voto con apego a lo *Affektuel* sorprendentemente no sólo afecta a los estratos menos expuestos al conocimiento positivo. En estos, el *affektuel* penetrada de fe, afecta las actitudes de una manera serena, casi religiosa; en aquellos choca con la ética de convicción, provocando alteraciones, sacudidas abruptas, como lo pudimos observar en el caso de Guadalupe Loeza. Y con tanta más fuerza que todo ello ocurre en el medio de una guerra de dioses, para expresarlo con la ayuda de una de las metáforas más célebres de Weber (1959), entendida ésta no en el sentido de la competencia, como lo establece el principio de la alternancia democrática. Esta guerra es de valores, sí, pero de otro tipo: escatológica, de choque inexpiable entre fuerzas personificadas por el bien y el mal, entre el candidato de MORENA y los malvados, la mafia del poder y sus portavoces, los periodistas.

Para un jefe líder de masas como es Obrador, no deja de ser un proeza lograr entre sus seguidores que éstos le concedan sin falta el carisma de una persona buena y sensible a la causa de los pobres: “los que tienen hambre y sed de justicia”, como lo ha dicho repetidas veces. Pero, como ya lo hemos señalado, para que el carisma se mantenga, éste se tiene que confirmar, como ha venido sucediendo hasta hoy, después de tres campañas electorales. Ahora tendrá que gobernar en el sentido prometido para conservarlo.

Si la confirmación tarda, observa Weber, si el que posee la gracia carismática se ve abandonado de su Dios, de su poder mágico o de su poder heroico, si el éxito no se le concede durante un buen tiempo; si, sobre todo, su

gobierno no les concede ninguna prosperidad a los que domina, entonces su autoridad carismática puede desaparecer. Es el sentido carismático auténtico de la gracia divina (Weber, 1995, I: 321, 322).

El prestigio tiene distintos sentidos, según sea la posición de racionalidad desde donde los actores evalúan la personalidad del jefe y su popularidad. Los actores la evalúan, la interrogan con recursos cognoscitivos que no son los mismos para un político profesional que para un elector medio. Ya hemos visto en que consiste el prestigio de Obrador para el electorado de bajos recursos sociales y cognoscitivos: Obrador, él mismo encarna su propio *slogan* publicitario: la esperanza de México.²¹

Para los políticos profesionales, el prestigio de López Obrador es antes que todo, una proeza política en sí. Qué importa que ésta haya sido el resultado de una acción política eclipsada por el oportunismo y la racionalidad instrumental. La proeza es, no obstante, avasalladora. Inspira respeto e intimida. De allí la noción de docilidad en el sentido de Weber (Weber, 1995, I: 345) y también de Nietzsche (1971: 47, 48), para quien ésta se expresa en la obediencia²² y la paciencia frente al poder en una actitud de espera ante la promesa de la recompensa política. Pero esto no quiere decir, ya lo hemos señalado varias veces, que no existan motivos de carácter axiológico que se entrelacen con el oportunismo en la estructuración de la docilidad como comportamiento y puedan, en un momento determinado, *bel et bien*, motivar comportamientos de carácter reivindicativo.²³

²¹ La esperanza y el optimismo son los principales calificativos que expresan los mexicanos respecto al próximo Gobierno, según una encuesta realizada recientemente por el *Grupo Reforma* (*Reforma*, 2018, 25 de julio). En una encuesta de *Mitofsky*, alrededor de 6 de 10 mexicanos declararon sentirse alegres, felices, satisfechos, seguros, tranquilos y confiados con la victoria de López Obrador (*Consulta Mitofsky*, 2018a).

²² En la mañana, la bancada de MORENA vota en contra de una solicitud de licencia que todos la entienden como un abuso de poder (la que solicita el senador Manuel Velasco Coello, gobernador de Chiapas con licencia, para volver a su cargo de gobernador). Y por la tarde la aceptan con una aplastante mayoría de votos a favor. Al día siguiente, cinco diputados del partido de Velasco (el Partido Verde, PVEM) se suman a la bancada de MORENA para darle a ésta la mayoría absoluta (*El Financiero*, 2018, 5 de septiembre). El incidente no sólo exhibe la docilidad de los legisladores morenistas frente al liderazgo de Obrador. También demuestra que para el líder lo que importa es gobernar al precio de tener que desprestigiar la conducta de apego a valores de sus legisladores.

²³ Fernández Noroña, diputado por el Partido del Trabajo, partido aliado de MORENA, se lució como un hombre de convicciones a costa de Porfirio Muñoz Ledo, diputado de MORENA y presidente de la Cámara de Diputados, a quien lo acusó de lacayo por haber asistido al mensaje del presidente Enrique Peña Nieto con motivo del Sexto Informe de Gobierno. Muñoz Ledo se defendió poniendo por delante el papel que le dictaba la ética de responsabilidad: "lo hice en calidad de diputado y del presidente de la Cámara de Diputados. Y no está roto el orden constitucional. Eso dice la ley, yo acaté la ley". Al día siguiente, pese a ello, ambos pudieron expresarse y exhibirse ante la prensa como el mejor ejemplo de sumisión a la voluntad del

Referencias

- Abundis, Francisco (2018), “¿Quiénes eligieron a AMLO como presidente?”, en *Milenio*, 10 de julio.
- Ávila Eduardo (2018), “La meta de la política es lograr amor y CRISTO es amor: AMLO en el PES”, en *La Polilla*, Tlaxcala. Disponible en <http://www.lapolilla.com.mx/2018/02/20/la-meta-la-politica-lograr-amor-cristo-amor-amlo-pes/> [Fecha de consulta: 20 de febrero, 2018].
- BBC News Mundo (2018), “Quiénes son los votantes que le están dando la ventaja López Obrador en las encuestas”. Disponible en <https://www.vanguardia.com.mx/articulo/millennials-y-los-mas-estudiados-con-amlo-poca-gente-creo-que-pudiera-ganar-anaya> [Fecha de consulta: 3 de agosto, 2018].
- Boudon, Raymond (2011), *La Rationalié*, Paris, PUF.
- Boudon, Raymond (2003), *Raison, Bonnes Raisons*, Paris, PUF.
- Boudon, Raymond (2004), *Pourquoi les Intellectuels N'aiment pas le Libéralisme*, Paris, Editions Odile Jacob.
- Boudon, Raymond (2000), *Études sur les Sociologues Classiques*, II, Paris, Editions PUF.
- Castillo, Torres, Jorge (2018, 30 de julio) “Solalinde”, en *Milenio*, 30 de julio, p. 8.
- Consulta Mitofsky (2018a), “México: después de las elecciones 2018”, Encuesta Nacional en Vivienda. Disponible en <http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/elecciones-mexico/item/1070-despues-elecciones2018>, [Fecha de consulta: 2 de agosto, 2018].
- Consulta Mitofsky (2018b), “México: encuesta de salida. Cuatro elecciones presidenciales, 2000-2018”.

jefe máximo. Al final, es la voluntad de Obrador y sus razones que eclipsan los motivos de los otros. En el caso de Muñoz Ledo, es la ética de responsabilidad (respeto a la normatividad de la Cámara baja como institución) que lo anima, mientras que a Fernández Noroña lo impulsa la convicción que por cierto se entrelaza con una de las tantas expresiones del *Affektuel*: la sed de venganza, el rencor, el resentimiento. Es la pasión que ciega los comportamientos a las consecuencias de sus actos. Girard Diría: “pierden de vista los objetos que pone en juego la rivalidad, se trata ahora de liquidar (física o simbólicamente) al rival” (Girard, 2010). En todo caso, todo esto destila la personalidad y los comportamientos de Fernández Noroña. El presidente electo, en cambio, entierra el hacha de guerra en un acuerdo secreto que, de acuerdo a sus detractores, celebró con el presidente Peña Nieto. Este acuerdo los comprometería a uno en no intervenir durante el proceso electoral en contra del candidato de MORENA y el otro a no perseguirlo políticamente en el caso casi seguro de ganar la Presidencia. Como hombre de palabra, Obrador retiene las presiones de quienes, como Fernández Noroña, ven todo a través de la prisma de los valores y la pasión, arguyendo que ya hay un juicio público en contra del gobierno saliente, que él no ve más que para adelante. Es ese acuerdo que explica en una gran medida la “transición política de terciopelo”, que todos los observadores elogian.

- Dresser, Denise (2018, 2 de julio), "A vigilarte", en *Reforma*, p. 9.
- Durkheim, Emile (1998), *Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse*, París, PUF Quadrige, cuarta edición.
- El Economista (2018, 23 de mayo), "Estampilla de Jesús me protegió en el debate: AMLO", p. 33
- El Financiero (2018, 5 de septiembre), "Aíslan a Noroña tras pelea con Muñoz Ledo, pág: 51.
- El Universal (2018, 28 de abril), "Si te quieren chantajear, Andrés, exprópioslos", Paco Ignacio Taibo II", en *El Universal*, p. A6.
- El Universal (2018, 4 de mayo), "Empresarios, una minoría rapaz, dice AMLO", p. A4.
- Encuesta BGC/Excelsior (2018, 2 de julio), "Apoyo abrumador a AMLO; los más pobres le dieron el triunfo", p. 4.
- Flamini, Roland (2014), "Peter and Ceasar: Is Pope Francis Shifting the Vatican's Worlview?", en *World Affairs*, 177 (2), pp. 25-33. Disponible en <http://libcon.rec.uabc.mx:3953/stable/43556199> [Fecha de consulta: 20 de julio, 2018].
- Furet, François (1994), "La pasión revolucionaria en el siglo XX. Ensayo sobre el ocaso del comunismo", en Revista *Vuelta*, núm. 216, noviembre, 1994.
- Gabinete de Comunicación Estratégica (2018, 21 de agosto), *Ciudades más habitables de México*. Disponible en <http://gabinete.mx/wp-content/uploads/2018/08/ciudades-mas-habitable-2018-completo.pdf> [Fecha de consulta: 21 de agosto, 2018].
- Girard, R. (2010), *La Violence et le Sacré*. París, Librairie Artheme Fayard/Pluriel.
- Hernández, A.; C. Zúñiga & R. Castellanos de la Torre (2016), *Encuesta Nacional sobre Creencias y Prácticas Religiosas en México*. Rifrem.
- INEGI (2017), *Encuesta Nacional sobre Discriminación. Principales Resultados*. Disponible en http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/enchogares/especiales/enadis/2017/doc/enadis2017_resultados.pdf [Fecha de consulta: 5 de agosto, 2018].
- Jung, Carl (1988), *Essai D'exploration de L'inconscient*, París, Editions Folio Essais.
- La Jornada (2018, 25 de septiembre), "Instalan altar afuera de casa de transición de AMLO", p. 18.
- Maffesoli, M. (2011), *Sarkologies. Pourquoi tant de Haine(s)?*, París, Editions Albin Michel.
- Milenio (2018, 10 de julio), "Candidato de MORENA gana alcaldía pese a estar preso", p. 6.
- Nietzsche, Frédéric (1971), *La Généalogie de la Morale*, París, Editions Gallimard.

- Parametría (2018, 17 de agosto), “El optimismo lopezobradorista”, en *Milenio*, 17 de agosto, 2018, p. 12).
- Parametría. (2016). *Investigación estratégica. Análisis de Opinión y Mercado: “México Guadalupano”*. Disponible en http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4918 [Fecha de consulta: 22 de agosto, 2018].
- Pullella, Philip (2017), “Helping the Poor is a ‘Passport to Paradise, Pope Says””, en *Reuters*, noviembre 19. Disponible en <https://www.reuters.com/journalists/philip-pullella> [Fecha de consulta: 2 de mayo, 2018].
- Spengler, Oswald (1976), *Le Déclin de l’Occident*, París, Editions Gallimard.
- Simmel, Georg (1998), *La religion*, París, Editions Circé.
- Simmel, Georg (2002), *Les Pauvres*, París, Presse Universitaire de France.
- Schopenhauer, Arthur (1995), *On the Basis of the Morality*, traducción de E. F. J. Payne, Providence, Berghahn Books.
- Tétreau, Edouard (2015), *Au-delà du Mur de L’argent*, Editions Stock.
- Weber, Max (1995a), *Economie et Société*, I, París, Plon.
- Weber, Max (1995b), *Economie et Société*, II, París, Plon.
- Weber, Max, (1959), *Le Savant et le Politique*, París, Editions Plon.
- Weber, Max, (2000), *Confucionisme et Taoisme*, París, Bibliothèque des Sciences Humaines, Editions Gallimard.
- The World Bank (2018), “Poverty & Equity Data Portal”. Disponible en <http://povertydata.worldbank.org/poverty/home> [Fecha de consulta: 15 de mayo, 2018].
- Zavala, Misael (2018), “No hago milagros, pero sólo yo acabaré con corrupción”, en *El Universal*, p. A8.
- Zuckermann, Leo (2015, 16 de septiembre), “Mexicanidad, religión y la Virgen de Guadalupe”, en *Excelsior*, p. 2.